

ANALISIS INTEGRASI TEORI *TRIPLE BOTTOM LINE* DAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MEWUJUDKAN KEBERLANJUTAN USAHA PADA CV. ARTHA BOGA INDONESIA

Ainun Nafisatur Rohmah¹, Nurul Fatma Hasan²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: ainunnafisha282@gmail.com¹, nurul.fatma.hasan@uinsa.ac.id²

Abstract

*In recent years, the issue of sustainability has become a major concern worldwide. The Triple Bottom Line (TBL) concept serves as a foundation for sustainable business. However, this concept does not encompass moral and spiritual dimensions. Therefore, Islamic business ethics serves to complement and strengthen the pursuit of more comprehensive business sustainability. This study aims to analyze the implementation of TBL and Islamic business ethics, as well as their integration in supporting business sustainability at CV. Artha Boga Indonesia. This study employs a descriptive qualitative approach using a case study method. The results show that CV. Artha Boga Indonesia has implemented the people, planet, and profit aspects, although their implementation is not yet optimal, particularly in solid waste segregation and the use of single-use plastics. The principles of Islamic business ethics, including tawhid, justice, free will, and responsibility, have also been implemented, although more consistent supervision is still required. The integration of TBL and Islamic business ethics forms a stronger sustainability model encompassing a just economy, a society oriented toward *maslahah*, the environment as an *amanah* (trust), and *halal* and blessed profits.*

Keywords: Triple Bottom Line, Islamic Business Ethic, Business Sustainability

Abstrak

*Dalam beberapa tahun terakhir, isu mengenai sustainability menjadi perhatian utama di mata dunia. Konsep Triple Bottom Line (TBL) menjadi landasan dalam bisnis berkelanjutan. Namun, konsep ini belum mencakup dimensi moral dan spiritual. Oleh karena itu, etika bisnis Islam berperan sebagai pelengkap sekaligus penguat untuk mewujudkan keberlanjutan usaha yang lebih komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan TBL dan etika bisnis Islam serta integrasi keduanya dalam mendukung keberlanjutan usaha pada CV. Artha Boga Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Artha Boga Indonesia telah menerapkan aspek *people*, *planet*, dan *profit*, meskipun belum optimal, terutama dalam pemilahan limbah padat dan penggunaan plastik sekali pakai. Prinsip etika bisnis Islam yang meliputi *tauhid*, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab juga telah diterapkan, meskipun memerlukan pengawasan yang lebih konsisten. Integrasi TBL dan etika bisnis Islam membentuk model keberlanjutan yang lebih kuat, meliputi ekonomi berkeadilan, sosial berorientasi kemaslahatan, lingkungan sebagai *amanah*, serta laba yang *halal* dan bernilai *berkah*.*

Kata Kunci: Triple Bottom Line, Etika Bisnis Islam, Keberlanjutan Bisnis

A. PENDAHULUAN

Keberlanjutan (*sustainability*) menjadi perhatian global sebagai upaya memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang. Sejak disepakatinya *Sustainable Development Goals* (SDGs) oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) bersama 194 negara pada 2015, prinsip keberlanjutan menjadi bagian penting dalam berbagai bidang pembangunan (Ghonyah et al., 2024). Pemerintah Indonesia juga menegaskan pentingnya penerapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam pembangunan dan praktik dunia usaha untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025).

Salah satu konsep yang dapat digunakan untuk menilai keberlanjutan bisnis adalah *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan John Elkington pada 1994. Konsep ini menekankan keseimbangan tiga aspek, yaitu *people*, *planet*, dan *profit* (Sirine, 2025). Penelitian Ghonyah et al. (2024) terhadap 325 karyawan lembaga Islam menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran keberlanjutan berpengaruh terhadap peningkatan keberlanjutan bisnis. Meskipun demikian, penerapan TBL masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan waktu dan finansial, kurangnya pemahaman, keterbatasan informasi, serta lemahnya pengelolaan lingkungan (Durrani et al., 2024). Kondisi tersebut terlihat dari penelitian FEB UGM dan Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa 87,81% dari 631 pelaku UMKM belum menerapkan konsep bisnis hijau secara optimal (Shofihawa, 2025).

Dalam konteks bisnis yang berlandaskan Islam, keberlanjutan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai etika. Islam memberikan landasan moral agar kegiatan bisnis dilakukan secara adil, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip syariah (Fitri et al., 2023). Relevansi etika bisnis Islam semakin kuat karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, yaitu sebesar 87,2 persen atau lebih dari 207 juta jiwa (BPS, 2024). Etika bisnis Islam memiliki prinsip utama berupa tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab (Nurmadiansyah, 2021). Prinsip tersebut tercermin dalam praktik perdagangan Rasulullah SAW yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Penelitian Pratiwi et al.

(2023) menunjukkan adanya hubungan positif antara penerapan etika bisnis Islam dengan keberlanjutan usaha, sedangkan Zia (2025) menegaskan bahwa ketauhidan, amanah, keadilan, dan ihsan menjadi dasar penting dalam membangun kewirausahaan berkelanjutan. Namun, pelanggaran terhadap etika bisnis Islam masih ditemukan, seperti ketidaksesuaian timbangan dan pencampuran kualitas barang pada sebagian pedagang di Pasar Cik Puan Pekanbaru (Saifudin et al., 2022).

Integrasi TBL dan etika bisnis Islam dapat menjadi pendekatan yang lebih komprehensif dalam mewujudkan keberlanjutan usaha. TBL memberikan perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, sedangkan etika bisnis Islam memberikan dimensi moral dan spiritual yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Integrasi kedua pendekatan tersebut penting diterapkan pada sektor kuliner yang berkembang pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat. Konsumsi makanan tidak lagi hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok, tetapi juga menjadi bagian dari tren dan gaya hidup masyarakat (Sholeh & Idris, 2024). Tingginya persaingan dalam sektor kuliner menuntut pelaku usaha untuk menjaga keberlanjutan melalui penyediaan produk halal dan berkualitas serta pelayanan yang baik.

Salah satu usaha kuliner di Kota Surabaya adalah CV. Artha Boga Indonesia yang mengelola Resto Joss Gandos. Usaha ini berdiri sejak 2017 dengan konsep restoran dan kafe yang menyajikan berbagai menu khas Nusantara, sedangkan badan usaha CV. Artha Boga Indonesia secara resmi dibentuk pada 2021 untuk memperkuat legalitas dan profesionalisme pengelolaan usaha (CV. Artha Boga Indonesia, 2021). Berdasarkan pengamatan awal, usaha ini masih menggunakan kemasan plastik sekali pakai dan belum menerapkan pemilahan limbah padat. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan pencemaran lingkungan dan menunjukkan adanya aspek keberlanjutan yang masih perlu diperbaiki. Situasi tersebut menjadi dasar untuk menganalisis penerapan TBL dan etika bisnis Islam dalam kegiatan operasional CV. Artha Boga Indonesia.

Penelitian terdahulu sebagian besar membahas TBL dan etika bisnis Islam secara terpisah (Ilhamsyah et al., 2025; Basar et al., 2023; Ugoani, 2019), sementara penelitian yang mengaitkan keduanya masih cenderung bersifat konseptual dan belum banyak mengkaji implementasinya secara langsung di lapangan (Takwa et

al., 2025; Ghoniyah et al., 2024; Alowais, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian mengenai penerapan integrasi TBL dan etika bisnis Islam, khususnya pada sektor kuliner. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan kedua teori tersebut dalam satu kerangka analisis untuk mengkaji keberlanjutan usaha CV. Artha Boga Indonesia. Integrasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktik bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial, kelestarian lingkungan, serta nilai-nilai etika bisnis Islam.

B. LANDASAN TEORI

1. *Triple Bottom Line*

Awal mula konsep *Triple Bottom Line* (TBL) ini diperkenalkan pada tahun 1994 oleh John Elkington sebagai cara baru untuk menilai keberhasilan suatu usaha (Sirine, 2025). Elkington dalam bukunya “*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*” menjelaskan bahwa kesuksesan sebuah perusahaan tidak hanya dinilai dari aspek keuangan saja, namun harus dilihat dari kontribusinya terhadap komunitas dan lingkungan sekitar (Sirine, 2025). Andrew Savitz menjelaskan bahwa TBL merupakan inti dari konsep keberlanjutan karena selain untuk memperoleh keuntungan, konsep ini menilai sejauh mana aktivitas suatu entitas bisnis berpengaruh terhadap lingkungan, masyarakat, serta kepentingan pemegang saham (Purnama, 2024).

Keberlanjutan perusahaan dipengaruhi oleh laba yang berfungsi sebagai penopang kelangsungan usaha, masyarakat yang menjadi faktor yang mempengaruhi keberlanjutan perusahaan, serta lingkungan yang memiliki dampak timbal balik terhadap aktivitas bisnis (Purnama, 2024). Jika sebuah perusahaan hanya mengejar keuntungan, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan penggunaan sumber daya alam secara berlebihan yang berakibat pada kerusakan lingkungan, terjadinya bencana, serta menimbulkan kerugian bagi masyarakat (Mushowirotnun, 2020).

Menurut Elkington dalam Sirine (2025), konsep *Triple Bottom Line* (TBL) mencakup tiga aspek utama yaitu aspek *people*, *planet*, dan *profit*. Sebagai berikut:

- a. *People*, aspek ini merupakan indikator yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya terhadap para pemangku kepentingan.
- b. *Planet*, aspek ini menitikberatkan pada konsekuensi yang ditimbulkan oleh operasional perusahaan. Setiap entitas usaha berkewajiban menekan dampak negatif terhadap alam melalui berbagai strategi, seperti pemanfaatan energi alternatif yang ramah lingkungan, pengelolaan sisa produksi secara bertanggung jawab, serta upaya menjaga kelestarian ekosistem.
- c. *Profit*, aspek ini menggambarkan dimensi ekonomi yang menekankan pada peningkatan kinerja serta ketahanan perusahaan. Setiap perusahaan dituntut untuk tetap fokus pada pencapaian keuntungan finansial agar dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

2. Etika Bisnis Islam

Syed Nawab Haidar Naqvi (1985) mengemukakan bahwa etika dalam Islam menempatkan manusia sebagai pusat di alam. Manusia dipandang sebagai makhluk teomorfis, yaitu makhluk yang memiliki sifat-sifat Tuhan dalam dirinya. Maka dari itu, manusia memiliki tugas untuk mewujudkan kemampuan teomorfisnya dan akan dimintai pertanggungjawaban jika tidak melakukannya. Karena kedudukan yang mulia ini, prinsip etika bisnis Islam menuntut untuk menjaga kemuliaan manusia, baik dalam hubungannya dengan Allah maupun dengan sesama manusia. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berperan sebagai kajian akademis yang melahirkan cabang keilmuan baru, tetapi juga menjadi panduan praktis bagi para pelaku usaha dalam melaksanakan aktivitas ekonominya sehari-hari (Astuti, 2022).

Menurut Syed Nawab Haidar Naqvi (1985), terdapat empat prinsip dalam Etika bisnis Islam yang menjadi pijakan utama bagi setiap muslim dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sebagai berikut:

- a. Kesatuan/Tauhid, prinsip ini mencakup seluruh aspek kehidupan manusia yang berhubungan dengan Tuhan dan menuntut ketaatan penuh dari seluruh makhluk terhadap kehendak-Nya. Prinsip ini menegaskan bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai ketuhanan yang menjadi dasar dalam bersikap dan bertindak.

- b. Keseimbangan/Keadilan, prinsip ini dapat dipahami sebagai dimensi horizontal yang menekankan keseimbangan serta keselarasan seluruh ciptaan di dunia ini. Dalam diri manusia terdapat dorongan nafsu dan berbagai gagasan yang perlu dikendalikan dan dijaga keseimbangannya agar tercipta manusia yang adil. Hukum keseimbangan tersebut berlaku bagi semua manusia tanpa adanya pengecualian.
- c. Kehendak Bebas, prinsip ini menegaskan bahwa manusia diberikan kebebasan yang bersifat terbatas sesuai dengan ketentuannya-Nya. Dalam batasan tersebut, manusia memiliki pilihan untuk menentukan tindakannya, termasuk dalam hal beriman atau *kufur*. Oleh karena itu, setiap keputusan yang diambil menuntut adanya tanggung jawab penuh dari individu atas konsekuensi yang ditimbulkan.
- d. Tanggung Jawab, prinsip ini memberikan batasan atas kebebasan manusia dalam bertindak dengan membuatnya bertanggung jawab atas setiap perbuatannya. Setelah manusia menentukan pilihan antara yang baik dan yang buruk, ia wajib menerima konsekuensi dari pilihannya tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai praktik integrasi *Triple Bottom Line* dan etika bisnis Islam. Penelitian dilaksanakan di CV. Artha Boga Indonesia yang membawahi Resto Joss Gandos, berlokasi di Jl. Raya Jemursari No. 15, Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui dokumen perusahaan, observasi, dan wawancara dengan informan yang terlibat dalam kegiatan operasional serta pengambilan keputusan perusahaan. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang bersumber dari buku, jurnal, tesis, internet, serta sumber relevan lainnya.

Proses analisis data melibatkan tiga tahapan, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara direkam, ditranskripsikan, kemudian diseleksi berdasarkan relevansinya dengan rumusan masalah. Data yang telah direduksi disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian untuk

menggambarkan penerapan *Triple Bottom Line* dan etika bisnis Islam. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan untuk memastikan kesesuaian dan kredibilitas temuan penelitian.

D. HASIL PENELITIAN

1. Penerapan *Triple Bottom Line* Pada CV. Artha Boga Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek sosial, perusahaan berupaya menjaga kesejahteraan karyawan melalui acara *gathering*, pemberian THR dan parcel, BPJS ketenagakerjaan, fasilitas makan dan tempat tinggal, pembayaran gaji secara rutin dan tepat waktu, serta pemberian tunjangan dan insentif apabila target omset dan laba bersih tercapai. Hubungan dengan konsumen dijaga melalui penerapan SOP pelayanan 6S yaitu salam, sapa, senyum, sopan, santun, dan sabar serta standar waktu penyajian makanan dan minuman dengan ketentuan bahwa minuman harus tersaji maksimal dalam waktu 5 menit, sedangkan makanan maksimal dalam waktu 15 menit. Sementara hubungan dengan masyarakat diwujudkan melalui pemberian bantuan, kontribusi dalam kegiatan lingkungan sekitar, serta keterlibatan dalam program Sekolah Orang Tua Hebat (SOTH). Meskipun perusahaan belum memiliki anggaran khusus CSR (*Corporate Social Responsibility*), namun perusahaan tetap berupaya untuk memberikan kontribusi sosial sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Pada aspek lingkungan, CV. Artha Boga Indonesia telah melakukan sejumlah upaya untuk mengurangi dampak kegiatan operasional terhadap lingkungan. Pengelolaan limbah cair dilakukan melalui tempat penampungan khusus dan bekerja sama dengan jasa penyedot limbah yang telah bersertifikasi. Minyak jelantah juga dipisahkan dan dijual kepada pemasok sehingga tidak dibuang ke saluran air. Pengelolaan sampah padat dilakukan dengan mengumpulkan sampah pada tempat penampungan sementara, sedangkan asap dapur dikendalikan menggunakan blower. Perusahaan juga melakukan penghijauan di area restoran, menggunakan kemasan kardus untuk mengurangi penggunaan plastik, serta menerapkan SOP penggunaan listrik untuk menghemat energi. Meskipun demikian, penggunaan plastik belum sepenuhnya dapat dihilangkan karena adanya pertimbangan biaya.

Pada aspek ekonomi, perusahaan menetapkan target omzet minimal Rp1 miliar per bulan dengan laba bersih Rp200 juta. Target tersebut didukung dengan sasaran pendapatan harian dan jumlah pengunjung pada hari kerja maupun akhir pekan. Pencapaian target mengalami kendala pada masa pandemi Covid-19 dan akibat meningkatnya jumlah kompetitor. Untuk mempertahankan daya saing, perusahaan menerapkan strategi berupa penetapan harga yang kompetitif, memahami kekuatan dan kelemahan kompetitor, meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan promo dan diskon, serta menjalankan program member. Promosi dilakukan secara online melalui media sosial, *broadcast*, dan *influencer*, serta secara offline melalui brosur dan kunjungan ke instansi maupun perguruan tinggi. Konsistensi kualitas produk juga dijaga melalui standar resep, takaran bahan, dan pemeriksaan sebelum makanan disajikan kepada konsumen.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Aktivitas Usaha CV. Artha Boga Indonesia

Penerapan etika bisnis Islam pada CV. Artha Boga Indonesia tercermin melalui empat prinsip, yaitu tauhid, keseimbangan atau keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Prinsip tauhid diwujudkan melalui doa bersama sebelum dan setelah kegiatan operasional, pemberian santunan kepada anak yatim, infak sukarela karyawan, penerapan ketentuan berpakaian, kepemilikan sertifikasi halal, serta memegang prinsip transparansi dan kejujuran. Prinsip keadilan diterapkan melalui sistem penggajian dan insentif berdasarkan kemampuan, kinerja, jabatan, dan masa kerja karyawan; makanan yang melalui proses penimbangan; penetapan harga yang mempertimbangkan HPP; serta pelayanan yang setara kepada setiap konsumen.

Prinsip kehendak bebas terlihat dari kebebasan perusahaan dalam menentukan harga produk dan besaran margin keuntungan serta kesempatan karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar dalam menyampaikan kritik dan saran. Sementara prinsip tanggung jawab diwujudkan melalui evaluasi terhadap keluhan konsumen dan masyarakat serta tindakan perbaikan terhadap masalah kebisingan, bau, dan limbah. Meskipun sebagian keluhan telah ditangani dan kondisi lingkungan membaik, gangguan kebisingan dan permasalahan limbah masih sesekali ditemukan.

E. PEMBAHASAN

1. Analisis Penerapan *Triple Bottom Line* Pada CV. Artha Boga Indonesia

a. Aspek *People*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun memiliki keterbatasan dalam memberikan gaji pokok, CV. Artha Boga Indonesia tetap menunjukkan berbagai upaya dalam memperhatikan aspek kemanusiaan dan kesejahteraan tenaga kerjanya. Berbagai praktik yang dilakukan menunjukkan upaya perusahaan dalam memenuhi aspek kesejahteraan dan perlindungan tenaga kerja, sekaligus membangun hubungan sosial yang baik antara pimpinan dan karyawan. Hal ini sejalan dengan pandangan Elton Mayo melalui eksperimen terkenal, *Hawthorne Studies* yang menemukan bahwa kondisi sosial dan psikologis karyawan sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja, bahkan lebih besar pengaruhnya dibanding kondisi fisik (Wibowo et al., 2025).

Penerapan SOP pelayanan dan penyajian merupakan bentuk upaya perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, yaitu dengan memprioritaskan kenyamanan dan kepuasan konsumen selama berada di restoran. Hal ini sejalan dengan pandangan Hart dan Milstein dalam Prabawani (2016) yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan konsumen sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam aktivitas usaha.

Perusahaan ini juga melakukan berbagai upaya untuk menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar agar keberadaan restoran dapat diterima dengan baik di lingkungan sosial tempat usaha beroperasi. Meskipun belum memiliki anggaran khusus dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*), perusahaan tetap menunjukkan komitmen untuk memberikan kontribusi sosial sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Praktik sosial tersebut sejalan dengan pandangan Mushowirotnun (2020) yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban terhadap pihak-pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan operasionalnya, tetapi juga perlu memperhatikan keberadaan masyarakat di sekelilingnya.

b. Aspek *Planet*

CV. Artha Boga Indonesia telah mendukung penerapan aspek *planet* melalui pengelolaan limbah dan pelestarian lingkungan. Namun, penerapan prinsip tersebut masih dilakukan secara bertahap dan belum diterapkan secara menyeluruh dalam aktivitas operasional perusahaan. Temuan ini sejalan dengan konsep *planet* yang dikemukakan oleh Elkington dalam Sirine (2025), yang menekankan bahwa setiap entitas bisnis memiliki tanggung jawab untuk meminimalisir dampak negatif dari aktivitas operasionalnya melalui pengelolaan sisa produksi serta upaya menjaga keberlanjutan ekosistem.

c. Aspek *Profit*

CV. Artha Boga Indonesia menerapkan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan pendapatan dan peningkatan daya saing usaha. Perusahaan menetapkan target omzet harian dan bulanan serta target jumlah pengunjung sebagai bagian dari perencanaan pendapatan. Meskipun pernah mengalami penurunan pendapatan akibat pandemi Covid-19, perusahaan mampu bertahan dan kembali meningkatkan pendapatannya sehingga menunjukkan adanya ketahanan usaha. Strategi yang dilakukan perusahaan ditujukan untuk mempertahankan minat konsumen, meningkatkan transaksi berulang, dan menjaga keberlanjutan *profit* perusahaan. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga pada pencapaian laba jangka panjang.

2. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Aktivitas Usaha CV. Artha Boga Indonesia

a. Prinsip Tauhid (*Unity*)

CV. Artha Boga Indonesia telah menerapkan prinsip tauhid sebagaimana dikemukakan oleh Naqvi (1985) yang mana setiap aktiitas ekonomi harus dijalankan sesuai dengan ketentuan syariat sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Dalam aktivitas usahanya, perusahaan ini menekankan integrasi antara dimensi vertikal dan horizontal yang menunjukkan bahwa aktivitas bisnis yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga untuk mewujudkan bisnis yang bernilai ibadah, beretika, dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

b. Prinsip Keseimbangan/Keadilan (*Equilibrium*)

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan prinsip keseimbangan atau keadilan pada CV. Artha Boga Indonesia terlihat dalam beberapa aspek, yaitu sistem penggajian karyawan, kuantitas dan harga produk, serta pelayanan antar konsumen. Penerapan prinsip keseimbangan pada perusahaan ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi telah diterapkan dalam aktivitas operasional perusahaan, baik dalam hubungan internal maupun hubungan eksternal. Praktik tersebut sejalan dengan teori keseimbangan Naqvi (1985) yang menekankan pentingnya keseimbangan serta keselarasan bagi seluruh ciptaan di dunia ini.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

CV. Artha Boga Indonesia telah menerapkan prinsip kehendak bebas dalam menentukan margin keuntungan serta pemberian kesempatan dalam menyampaikan pendapat. Kebebasan tersebut bukan dijalankan tanpa batas, melainkan tetap sesuai dengan aturan dan etika. Hal ini menunjukkan bahwa praktik usaha yang diterapkan perusahaan sejalan dengan prinsip kehendak bebas menurut pandangan Naqvi (1985), yaitu kebebasan yang disertai tanggung jawab dan tidak merugikan pihak lain.

d. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

CV. Artha Boga Indonesia telah menerapkan prinsip tanggung jawab dalam operasional usahanya melalui tindakan evaluasi dan perbaikan atas keluhan yang diterima. Upaya tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengabaikan dampak kegiatan usahanya, melainkan melakukan perbaikan ketika muncul suatu permasalahan. Meski demikian, praktik tanggung jawab ini belum sepenuhnya optimal sehingga memerlukan adanya pengawasan agar permasalahan yang sama tidak terjadi kembali.

3. Integrasi *Triple Bottom Line* dan Etika Bisnis Islam

Pendekatan *Triple Bottom Line* ini digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dari sisi sosial, lingkungan, dan ekonomi. Namun, pendekatan ini pada dasarnya belum menyentuh aspek spiritual dan pertanggungjawaban akhirat. TBL tidak secara tegas menjelaskan landasan moral dan spiritual di balik aktivitas bisnis tersebut. Oleh karena itu, etika bisnis Islam melengkapi pendekatan TBL dengan

menambahkan nilai-nilai etika Islam. Perpaduan kedua konsep tersebut membentuk model keberlanjutan yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian ekonomi, sosial, dan lingkungan, tetapi juga pada nilai moral dan spiritual. Model integrasi tersebut yaitu ekonomi berkeadilan, sosial berorientasi kemaslahatan, lingkungan sebagai amanah, serta laba yang halal dan bernilai berkah.

Dengan demikian, integrasi antara pendekatan *Triple Bottom Line* dan etika bisnis Islam dalam praktik usaha CV. Artha Boga Indonesia memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan perusahaan. Integrasi tersebut mendukung keberlanjutan usaha dengan meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas karyawan, dan stabilitas internal perusahaan. Selain itu, integrasi ini juga membantu mencegah terjadinya konflik sosial serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Secara keseluruhan, perpaduan kedua konsep tersebut berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan dan memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, diperoleh kesimpulan bahwa CV. Artha Boga Indonesia dalam aktivitas usahanya telah menerapkan konsep *Triple Bottom Line*, namun implementasinya belum sepenuhnya optimal pada aspek *planet* karena masih ditemukan penggunaan plastik sekali pakai serta belum adanya pemilahan limbah padat. Perusahaan ini juga telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, meskipun implementasinya masih memerlukan pengawasan yang lebih konsisten terkait dampak dari kegiatan operasionalnya. Integrasi antara *Triple Bottom Line* dan etika bisnis Islam pada CV. Artha Boga Indonesia terbukti membentuk model keberlanjutan usaha yang lebih kuat. Etika bisnis Islam melengkapi pendekatan *Triple Bottom Line* dengan menambahkan nilai moral dan spiritual sehingga keberlanjutan tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan semata. Model ini mencakup ekonomi berkeadilan, sosial berorientasi kemaslahatan, lingkungan sebagai amanah, serta laba yang halal dan bernilai berkah. Implementasi tersebut terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas karyawan, dan stabilitas perusahaan, sehingga memperkuat reputasi serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alowais, A. A. 2024. The Ethical Dilemma of Profit : Evaluating the Triple Bottom Line and the Role of Moral Conscience in Business Decisions. *Journal of Ecohumanism*, 3 (8), 7143–7150.
- Astuti, A. R. T. 2022. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Basar, N. F., Hamzah, F., & Aisyah, N. 2023. Penerapan Konsep Triple Bottom Line pada Usaha Ayam Potong UD. Firman di Maros Sulawesi Selatan. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6 (1), 104–114.
- BPS. 2024. *Religion in Indonesia*. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://samarindakota.bps.go.id/en/statistics-table/1/MzI0IzE%3D/religion-in-indonesia--2024.html>
- CV. Artha Boga Indonesia. 2021. *Akta Pendirian CV. Artha Boga Indonesia*. Notaris Fatimah Ulifiah.
- Durrani, N., Raziq, A., Mahmood, T., & Khan, M. R. 2024. Barriers to adaptation of environmental sustainability in SMEs: A qualitative study. *PLOS ONE*, 19 (5), 1–22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0298580>
- Fitri, Arifin, I., & Yahya, M. F. 2023. Etika Bisnis dalam Islam, Tanggung Jawab, dan Keberkahan Ekonomi. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 1 (6), 349–356.
- Ghoniya, N., Amilahaq, F., & Hartono, S. 2024. Business Sustainability Performance Through Sustainability Awareness and Business Work Ethics in Islamic Institutions. *Cogent Business and Management*, 11 (1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2303789>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, M. 2025. Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4 (2), 6493–6503.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2025. *Pemerintah Tegaskan Komitmen ESG untuk Perkuat Ekonomi Berkelanjutan*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6556/pemerintah-tegaskan-komitmen-esg-untuk-perkuat-ekonomi-berkelanjutan>
- Mushowiroton, N. H. 2020. *Implementasi Konsep Triple Bottom Line pada Corporate Social Responsibility di Rumah Makan Cepat Saji Ayam Geprek Sa'i*. Universitas Islam Indonesia.
- Naqvi, S. N. H. 1985. *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Terjemahan oleh Husin Anis dan Asep Hikmat (ed.)). Mizan.
- Nurmadiansyah, M. T. 2021. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*. CV. Cakrawala Media Pustaka.
- Prabawani, B. 2016. *Business Sustainability dan Peran Triple Helix dalam Industri*. Terra Media.
- Pratiwi, D. R., Rosadi, D., Nadira, D. I., & Syahirah, D. 2023. Penerapan Etika Bisnis Syariah Terhadap Keberlanjutan Usaha: Studi pada UKM Syariah di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6 (3), 258–272.
- Purnama, Y. I. 2024. Implementation of the Triple Bottom Line Concept to Improve Sustainable Marketing Performance. *Journal of Economics and Business Letters*, 4 (2), 40–50. <https://doi.org/10.55942/jebli.v4i2.284>
- Saifudin, Marliati, Agustin, H., & Fahrial. 2022. Analisis Penerapan Etika Bisnis

- Islam dan Loyalitas Konsumen pada Pedagang Komoditas Pangan di Pasar Cik Puan Kota Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5 (1), 212–227. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9470](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9470)
- Shofihawa. 2025. *FEB UGM Research: 87% of MSMEs Have Not Adopted Green Business Practices*. Faculty of Economics and Business Universitas Gadjah Mada. <https://feb.ugm.ac.id/en/news/16278-feb-ugm-research-87-of-msmes-have-not-adopted-green-business-practices>
- Sholeh, M. I., & Idris. 2022. Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar : Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*, 1 (1), 47–56.
- Sirine, H. 2025. *Strategi Keberlanjutan UMKM Implementasi Triple Bottom Line*. Widina Media Utama.
- Takwa, M., Sikki, N., Mubarak, R., Bakri, A. H., & Majid, M. I. 2025. Integrasi Etika dan Keberlanjutan dalam Strategi Bisnis Modern. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4 (4), 1469–1475.
- Ugoani, J. N. N. 2019. Business Ethics and its Effect on Organizational Sustainability. *Global Journal of Social Sciences Studies*, 5 (2), 119–131. <https://doi.org/10.20448/807.5.2.119.131>
- Wibowo, U. D. A., Hadikusumo, R., Januru, L., Zunaida, D., Lailla, N., Safii, M., Annas, M., Amelia, A., Anisah, H., Hasanah, Claudia, M., Kharismasyah, A., Meliana, & Permata, N. 2025. *Manajemen Personalia*. Akiopedia Press.
- Zia, N. K. 2025. Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Kewirausahaan Berkelanjutan. *JEI: Jurnal Ekonomi Islam*, 2 (1), 84–99.